

Лю Яньвэн, Лапшина С.Н.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ВЕДЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА ДЛЯ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ

*Lovon, ГОУ ВПО Уральский государственный технический университет
– УПИ*

Китай, г.Пекин;

г. Екатеринбург

Возрастание конкурентной борьбы на рынке образовательных услуг в России вызывает необходимость использования новых технологий, аналогичных технологиям, которые широко внедряются при ведении бизнеса крупными коммерческими предприятиями. Одной из проблем является система продвижения образовательной услуги, которую можно решить, используя достижения при ведении бизнеса с помощью B2B системы.

Внедрение электронных методов ведения бизнеса определяется производственной необходимостью. Здесь все решает экономическая выгода от применения новых технологий. Большинство крупных и средних российских предприятий уже поняли удобства, получаемые ими при использовании Интернет в ведении бизнеса.

Создание сайта B2B позволяет предоставить потенциальным пользователям своевременную, полную и достоверную информацию о предлагаемых продуктах и услугах, B2B системы внедряются для того, чтобы автоматизировать бизнес-процессы компаний-партнеров. Web-интеграция позволяет на основе интернет-технологий создавать открытые и закрытые торговые площадки и системы, проектировать сложные системы поставок и не менее сложные системы взаиморасчетов, планировать совместное производство и продвижение товара. Таким образом, экономится время, как одной, так и другой стороны. Например, значительно сокращается время на телефонные разговоры и передачи факсов, практически исключаются ошибки и пропажа документов, уменьшается время на обслуживание клиента и многое другое.

На сегодняшний день наиболее распространенным применением B2B систем является внедрение системы для работы с дилерами. Как показывает статистика, внедрение такой системы окупается уже в самое ближайшее время. Поэтому многие крупные дилерские сети в последнее время перешли на управление внутренними бизнес-процессами с помощью B2B-систем.

Системы электронной коммерции, как правило, предлагают своим пользователям полный набор инструментов для реализации всех компонентов сделки:

- поиск производителей и потребителей той или иной продукции или услуг,
- проведение конъюнктурного и маркетингового анализа,
- переписка с поставщиками и потребителями,
- предконтрактная и контрактная подготовка, с использованием базы типовых шаблонов договоров и других документов,

- организация динамических процедур выбора поставщика или покупателя: тендеры, конкурсы, аукционы и т.п.,
- размещение, согласование и трассировка заказов,
- проведение оплат и применение других банковских инструментов (например, аккредитивы),
- дополнительные услуги транспортных, страховых и др. компаний,

Наиболее полно и эффективно технологии электронной коммерции могут быть реализованы в специализированных онлайн-торговых площадках (marketplace), услугами которых могут пользоваться группы предприятий, выступающих либо в качестве продавцов, или в качестве покупателей. За счет специализации торговые площадки позволяют организовать полноценную Интернет-торговлю с предоставлением участникам необходимого набора услуг.

По типу управления различают три вида торговых площадок электронной коммерции:

Независимая торговая площадка (Independent trading marketplace)

Частная торговая площадка (Private marketplace)

Отраслевая торговая площадка (Industry sponsored marketplace) Отраслевая или частная онлайн-торговая площадка может создаваться как поставщиком, заинтересованным в упрощении процесса продажи и доставки своей продукции (sell-side marketplace), так и покупателем, желающим оптимизировать процесс закупки комплектующих и материалов (buy-side marketplace).

B2B (Бизнес для Бизнеса) - Форма электронной коммерции, которая заключается в проведении компаниями бизнес-транзакции с помощью Интернет.

Большинство российских компаний признают возможности и преимущества, предоставляемые онлайн-торговыми системами, но они, зачастую, недооценивают трудности их внедрения.

Но ни одна из моделей торговой площадки не может предоставить все эти преимущества одновременно. Поэтому компания, желающая наиболее полно использовать преимущества технологий B2B, необходимо использовать стратегически и динамично управляемый комплексный подход, который наиболее эффективно использует возможности той или иной модели для наиболее полного удовлетворения ее потребностей.

Умелое использование комбинации различных моделей станет в ближайшем будущем важным фактором обеспечения конкурентного бизнеса. По мере развития технологий B2B их использование для поиска партнеров высшими учебными заведениями станет одним из конкурентных преимуществ передовых университетов.